

Résumé de l'analyse VOX de février 2022: Complément d'enquête et analyse relatifs à la votation populaire suisse du 13 février 2022

Le 13 février, l'électorat s'est prononcé deux fois en faveur de la santé de la population et deux fois contre de nouvelles sources de financement pour les entreprises et les groupes. Le Oui à l'interdiction de la publicité sur le tabac est un signe clair du désir de protéger la santé des enfants et des jeunes. Ce Oui revient aussi à accepter des conséquences économiques négatives dont par exemple la diminution des sommes sponsorisées finançant l'événementiel. Le Non à l'interdiction de l'expérimentation animale découle lui aussi d'une préoccupation pour la santé: en effet, les électrices et électeurs suisses ne veulent pas que la qualité des soins médicaux et du site scientifique qu'est la Suisse soit revue à la baisse. Les deux Non à l'encontre du droit de timbre et du train de mesures en faveur des médias se sont cristallisés autour d'une répartition de l'argent jugée non équitable. L'électorat n'a pas vu de motif justifiant que les groupes et entreprises soient dispensés d'acquitter le droit de timbre – surtout aussi par crainte de devoir payer plus d'impôts. Le principal argument relatif au train de mesures en faveur des médias emprunte un couloir identique: il ne fallait pas dépenser plus d'argent des impôts que ce n'est déjà le cas pour financer des subventions aux médias. Cela aurait entraîné une plus forte dépendance des médias, aurait nui à leur crédibilité et aurait faussé le marché. C'est ce que prouvent les résultats de l'enquête menée auprès de 3'168 titulaires du droit de vote lors de l'analyse VOX de février 2022. L'étude a été réalisée par le gfs.bern et financée par la Chancellerie Fédérale.

Une volonté claire de protéger la Suisse en tant que site de recherche

Initiative populaire « Oui à l'interdiction de l'expérimentation animale et humaine – Oui aux approches de recherche qui favorisent la sécurité et le progrès »

L'initiative populaire sur l'interdiction de l'expérimentation animale et humaine exigeait l'interdiction inconditionnelle de l'expérimentation sur l'animal et l'homme, ainsi que l'interdiction d'importer des produits développés via cette expérimentation. L'électorat a clairement rejeté cette initiative. Cette initiative n'est pas parvenue à recueillir de majorité, ni chez les jeunes et les moins jeunes, ni chez les personnes de gauche ou de droite – ni même chez celles faisant beaucoup confiance aux organisations pour la protection des animaux. Chez les votants-es en faveur du Oui, les motifs étaient principalement de deux sortes: ces personnes voulaient renforcer la protection des animaux et exigeaient pour cela de la science qu'elle parvienne à ses découvertes sans passer par l'expérimentation animale et humaine. Néanmoins, l'avis selon lequel ce progrès est possible sans ces expérimentations était très fortement débattu. Pour les votants-es en faveur du Non, ces expérimentations jouent un rôle essentiel, elles protègent le pôle de recherche qu'est la Suisse et assurent la fourniture de soins médicaux. En outre, la vaste majorité de la population estime que le nombre actuel d'expérimentations sur l'animal se limite au minimum absolument nécessaire. L'électorat suisse juge donc plus important que les soins médicaux soient assurés et que le pôle de recherche suisse ne soit pas affaibli; il juge moins important d'élargir la protection animale.

Mieux protéger les enfants contre la tentation de fumer

Initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » (enfants et jeunes sans tabac)

L'interdiction de la publicité pour le tabac dicte une protection étendue des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac, cigarettes électroniques incluses. Le Conseil fédéral et le Parlement ont élaboré une contre-proposition indirecte. L'initiative populaire a été acceptée par l'électorat. Les personnes relativement jeunes, celles détenant un haut niveau d'éducation et la classe moyenne ont voté en majorité Oui. L'initiative a également reçu beaucoup de soutien du côté gauche et du centre de l'échiquier politique. En revanche, les sympathisants-es du PLR et de l'UDC ont été en majorité contre. Les votants-es en faveur du Non trouvent plus importants la responsabilité propre et un supplément de libre concurrence. Pour ces personnes, l'interdiction de cette publicité ne sert à rien et menace la liberté de la société en la grevant de trop d'interdictions. La grande majorité – y compris des votants-es en faveur du Non – se sent toutefois obligée de protéger les enfants et les jeunes et de promouvoir leur développement sain. Pour cette raison, il est clair pour les votants-es en faveur du Oui que l'interdiction de cette publicité va protéger les enfants et promouvoir la santé de la population. De la sorte, l'électorat émet un signal clair en faveur d'une plus forte protection des enfants et des jeunes, et il tolère ainsi une atteinte à la liberté économique.

Pas d'allègements fiscaux pour les entreprises et les groupes

Modification de la loi fédérale sur les droits de timbre (LT)

La modification de la loi fédérale sur les droits de timbre ciblait la suppression du droit de timbre d'émission. Cela aurait délesté les entreprises à une époque économiquement difficile et aurait fortifié la croissance économique. Le comité de référendum avait fait valoir que les grands groupes, les banques et les assurances en auraient très majoritairement profité, or ces entités n'avaient besoin, pour lui, d'aucun allègement. Bien que la modification de la loi ait reçu le soutien de l'UDC, du PLR, du Centre et du PVL, elle a été refusée. La modification de la loi n'a reçu de Oui que des personnes se situant elles-mêmes «à droite» et des sympathisants-es de l'UDC et du PLR. Les votants-es en faveur du Oui se distinguent aussi par le fait que ces personnes font beaucoup confiance aux organisations professionnelles, aux banques et aux grands groupes. La majorité de l'électorat a toutefois vu les choses différemment. Pour elle, le soutien du site économique suisse n'était pas un critère assez important. L'argument capital pour elle est que les groupes seraient les premiers à profiter de cette modification, que la population devrait compenser de sa propre poche les recettes fiscales manquantes et que cette modification constituerait un allègement fiscal opaque pour les riches. L'électorat mise par conséquent sur le fait que l'économie est suffisamment stable pour croître aussi en périodes difficiles et malgré le droit de timbre.

L'économie de marché régule le secteur des médias et ces derniers conservent leur indépendance

Loi fédérale sur un train de mesures en faveur des médias

Le paysage médiatique de la Suisse traverse une phase de mutations intenses. Pour assurer la qualité et la diversité des médias, un train de mesures a été élaboré pour promouvoir les médias en ligne, pour soutenir plus fortement les radios locales et les chaînes de télévision régionales, et pour étendre la diffusion des journaux en abonnement. Le comité de référendum a opposé à cela le fait que l'argent des impôts iraient des groupes de médias, que ce soutien fausserait le marché et placerait les médias en situation de dépendance. L'électorat a lui aussi trouvé cette trajectoire d'argumentation plus convaincante, raison pour laquelle il a dit Non au train de mesures. De nettes différences sont apparues entre votant-e-s en faveur du Oui et du Non : les personnes de 18 à 29 ans, les personnes de gauche, les sympathisants-es des Verts, du PS, du PVL et du Centre ainsi que les personnes faisant beaucoup confiance à la SRG SSR, aux médias locaux et régionaux, aux groupes de médias et aux journalistes ont en majorité voté Oui. Leur intention était d'étendre la diversité des médias, de leur proposer un soutien financier et de fortifier la démocratie. Ces personnes toutefois étaient minoritaires, car pour la majorité de l'électorat dont par exemple les personnes moins jeunes, les sympathisants-es de l'UDC et du PLR ainsi que les personnes faisant peu confiance aux médias, les choses étaient claires: ce train de mesures allait entraîner une répartition injuste de l'argent, menacer la démocratie en rendant les médias dépendants de l'État et en leur ôtant leur crédibilité, et fausser l'économie de marché qui régule aussi le secteur des médias. C'est la question de savoir si des subventions plus importantes rendent les médias dépendants de l'État qui a le plus polarisé l'électorat. Ce dernier mise par conséquent sur l'économie de marché pour garantir que les médias ne dépendent pas de l'État et qu'ils conservent leur crédibilité.

2022 s'ouvre sur une mobilisation réduite et avec des projets sans grande importance personnelle

La participation

Avec 44 %, la participation aux votations du 13 février 2022 a été comparativement réduite. Les 65,7 % atteints en novembre 2021 avaient constitué un sommet très élevé, lui-même dû aux projets très mobilisateurs des votations (la loi sur la COVID-19 par exemple). Comparé à cela, les importances des votations de février sont nettement plus faibles : sur une échelle de 10 points, les projets ont reçu une note d'importance comprise entre 5,6 et 6,6, donc bien loin de la note d'importance (8,8) conférée à la votation de novembre 2021 sur la loi Covid-19.

Les projets mis aux votations

Lors de la votation du 13 février 2022, l'électorat suisse devait se prononcer sur quatre projets. L'interdiction de la publicité sur le tabac a été acceptée ; l'interdiction de l'expérimentation animale, la suppression du droit de timbre et le train de mesures en faveur des médias ont été refusés.

A propos de l'étude

Le projet VOX aujourd'hui

En Suisse, après chaque votation, l'institut gfs.bern réalise sur mandat de la Chancellerie fédérale une enquête représentative au cours de laquelle il interroge quelque 3'000 titulaires du droit de vote sélectionné-e-s de manière aléatoire. Sont intéressants les motifs pour et contre la participation et les motifs des décisions des titulaires du droit de vote. En phase préparatoire à chaque votation, gfs.bern élabore en collaboration avec le Dr. Sébastien Salerno le questionnaire de l'enquête VOX. Les questionnaires des analyses post-votation VOX/VOTO du passé forment l'ossature du présent questionnaire. Pour préserver la valeur des séries de données, seules des questions spécifiques aux projets (par ex. les arguments pour ou contre un projet de loi) sont chaque fois nouvellement formulées. La mise au point du questionnaire relève exclusivement des compétences de gfs.bern.

Depuis novembre 2020, l'enquête est réalisée en ligne et sur questionnaire papier. Au préalable, les données sont recueillies par téléphone à chaque fois auprès de 1'500 titulaires du droit de vote. Au plan du contenu, les questions capitales portent sur la participation à la votation, sur les décisions de vote et sur les arguments. En outre sont sondées les échelles de valeurs et les indications sur les usages des médias lors des votations. Chaque enquête s'achève par des questions d'ordre statistique (par exemple le niveau d'éducation, l'état civil, l'origine, les conditions de logement, etc.), car l'importance de ces variables dans le comportement de décision politique est bien connue.

Au terme de l'enquête, toutes les données sont anonymisées. Ni les noms, ni les adresses, ni les dates de naissance ne sont disponibles dans le jeu de données destiné à être analysé. Les coordonnées des participant-e-s aux études sont supprimées au terme de l'enquête. Il est par conséquent impossible d'identifier des personnes particulières. Les données sont publiées sous une forme anonymisée et peuvent être librement téléchargées depuis [Swissvotes](#). Les anciens enregistrements de données VOX seront également disponibles prochainement sur [Swissvotes](#). Les anciens rapports VOX le sont déjà.

Qui finance les études VOX ?

La Chancellerie fédérale suisse finance les études VOX. Au nom du Conseil fédéral, elle a émis un appel d'offres public et chargé ensuite l'Institut de recherche gfs.bern d'effectuer les enquêtes pour la législature en cours.

Vous trouverez des informations complémentaires sur vox.gfsbern.ch

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
CH – 3011 Bern
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

 **SWISS INSIGHTS**
Institute Member

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.